

## Por que treinar porta-vozes?

**Autora: Silvana Ribeiro**

Jornalista, pós-graduada em Gestão da Comunicação, instrutora de *Media Training* e diretora da Oficina Treinamentos

publicado em 16.12.2009

 [\[enviar este artigo\]](#)  [\[imprimir\]](#)

Até pouco tempo era inimaginável que a ação de estudantes, no ABC paulista, agredindo uma jovem por conta de sua minissaia, pudesse ganhar as páginas de jornais e *sites* de todos os cantos do mundo. Que as imagens do assassinato de uma jovem iraniana em praça pública pudesse burlar todo o sistema de segurança do governo iraniano e fossem mostradas, quase que em tempo real, para todo o planeta. Que as imagens de uma festa realizada pela reconhecida Adidas, no Brasil, em uma mansão forrada de símbolos nazistas, chegassem até a Alemanha e despertassem o interesse da mídia daquele país em cobrir o caso. Situações emblemáticas como essas ilustram bem o poder de mídia que as tecnologias digitais colocam nas mãos de qualquer cidadão.

Nessa sociedade de convergência midiática, os cidadãos exigem cada vez mais transparência por parte das instituições públicas. O judiciário não está apartado dessa realidade. O *accountability* também é cobrado das instâncias jurídicas. Essa exigência por prestação de contas se dá essencialmente por intermédio da mídia que, ao mesmo tempo, pode divulgar, omitir ou manipular informações, contribuindo para difundir percepções a respeito das organizações, das instituições e da sociedade. Daí a importância de saber se relacionar com a imprensa: conhecer suas peculiaridades, seu *modus operandi* e seu *time* é de fundamental importância também para as autoridades do judiciário, quando interagem com a sociedade e com a imprensa. Nesse contexto, esses porta-vozes precisam estar preparados para informar, esclarecer e se posicionar perante a opinião pública sempre que necessário.

Como explica o jornalista Heródoto Barbeiro, “A comunicação é uma ação estratégica, e gestor nenhum pode se esquecer disso”. Segundo ele, “comunicar-se bem não é dom, trata-se de treino. Com treino, o porta-voz se expressa melhor e passa de forma adequada a notícia”.

Amplamente utilizado pelas organizações privadas, o *Media Training*, treinamento destinado a preparar porta-vozes para falar com a imprensa, ganha destaque também no judiciário, como recurso de qualificação para autoridades interessadas em dominar as técnicas de entrevistas, de modo a se tornar uma fonte de informações com boa reputação e credibilidade.

Aliás, diante da importância da gestão estratégica da comunicação nas instituições públicas, que são regidas pelos princípios da moralidade administrativa, da eficiência e da publicidade de seus atos, o ***Media Training* e a gestão da comunicação** deveriam ser incluídos no currículo dos cursos de aperfeiçoamentos e de qualificação para ingressos em carreiras de liderança na gestão pública. Em níveis diferenciados para cada público, os cursos podem sensibilizar os participantes a entenderem que, na “sociedade do capitalismo informacional”,<sup>(1)</sup> a comunicação e o desenvolvimento tecnológico impõem nova dinâmica nas interações sociais. Entender e apropriar-se delas é o desafio para não ser superado por elas.

### Notas

1. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. I.

**Referência bibliográfica** (de acordo com a NBR 6023: 2002/ABNT):

**RIBEIRO, Silvana.** *Por que treinar porta-vozes?*. **Revista de Doutrina da 4ª Região**, Porto Alegre, n. 33, dezembro. 2009. Disponível em:

< [http://www.revistadoutrina.trf4.jus.br/artigos/edicao033/silvana\\_ribeiro.html](http://www.revistadoutrina.trf4.jus.br/artigos/edicao033/silvana_ribeiro.html) >

Acesso em: 04 ago. 2010.

REVISTA DE DOUTRINA DA 4ª REGIÃO  
PUBLICAÇÃO DA ESCOLA DA MAGISTRATURA DO TRF DA 4ª REGIÃO - EMAGIS